ASSOCIAÇÃO FILATÉLICA E NUMISMÁTICA DE SANTA CATARINA

BOLETIM INFORMATIVO Nº 53

MARÇO DE 2006

ASSOCIAÇÃO FILATÉLICA E NUMISMÁTICA DE SANTA CATARINA

Rua dos Ilhéus, 118 sobreloja 9 - Ed. Jorge Daux
CEP 88.010-560 - Florianópolis - SC
Fone/fax: (48)3222-2748

A **AFSC**, fundada em 06/08/1938, é uma Entidade sem fins lucrativos, reconhecida de Utilidade Pública pela Lei Estadual 542 de 24/09/1951 e pela Lei Municipal 970 de 20/08/1970.
A **AFSC** é filiada à **FEFINUSC -** Federação Filatélica e Numismática de Santa Catarina, à **FEBRAF -** Federação Brasileira de Filatelia, e à **FEFIBRA -** Federação dos Filatelistas do Brasil.

EDITORIAL

Apresentamos mais um número de nosso boletim SANTA CATARINA FILATÉLICA que, apesar do nome, congrega várias modalidades do colecionismo, principalmente a filatelia, a numismática, a cartofilia, a maximafilia e a telecartofilia. Os assuntos são de interesse geral, importando-nos a divulgação da arte de colecionar.
Sabemos das limitações locais, se nos compararmos com os demais centros de colecionadores do país, mas trabalhamos com esforço e dedicação. Esperamos sempre ampliar um pouco o conhecimento de todos os que lêem as informações amealhadas em nossos artigos, e se o conseguirmos, teremos mais uma vez atingido nosso objetivo.
Que tenham todos uma agradável leitura.

Luís Claudio Fritzen – Presidente da AFSC

ÍNDICE GERAL

Império Austro-Húngaro
Babel Linguística e Numismática

Márcio Roveri Sandoval - Genebra, Suíça

Antes da 1ª Guerra Mundial tínhamos, no centro do continente Europeu, um grande Império, denominado Austro-Húngaro, formado pela aglutinação de povos que se expressavam em diversas línguas. Ao analisarmos as cédulas deste Império, constatamos que suas características são incomuns, indo desde o número de línguas empregadas para designar o valor facial e a unidade monetária à incrível variedade de exemplares aproveitados, através da utilização de superimpressões e carimbos. A título de exemplo, tomamos a cédula de 1.000 Coroas (Pick n° 8) emitida, originalmente, em 1902.

Figura nº 1 - Anverso da cédula de 1.000 Coroas (Pick nº 8a). Ao lado do brasão da Áustria, temos a designação do valor e da unidade monetária em 8 línguas diferentes; na parte central, a designação em alemão.
***Ob**. Esta reprodução e as demais estão em tamanho menor que o original.*

Um pouco de história: Já em 1896, havia notícias sobre a incrível complexidade das raças e culturas que compunham o então Império dos Habsbourgs[1], de tal modo que este Império tornou-se um *"contra-senso geográfico e etnográfico"*[2]. Ele era formado

pela justaposição de elementos diversos, heterogêneos, às vezes opostos uns aos outros, até mesmo pela disposição natural de seu território, estando assim fadado à extinção, *"sendo um milagre que esta unidade político-administrativa se mantivesse*[3]*"*.
O Império Austro-Húngaro compreendia 676.665 km² e se estendia pelos atuais territórios da Áustria, da Hungria, da República Tcheca, da Eslováquia, da Bósnia e Herzegovina, da Eslovênia, da Croácia e parte dos territórios que compõem, hoje, a Romênia e a Itália. A população do Império, em 1890, era aproximadamente de 42.695.000 habitantes. Falava-se um grande número de idiomas, cerca de 20 línguas diferentes e, segundo observações da época, esta união era *"o encanto dos filólogos e o desespero dos políticos"*. [4]

Figura nº 2 - Reverso da cédula de 1.000 Coroas (Pick nº 8a). Ao lado do brasão temos a designação do valor e da unidade monetária, em húngaro, "Ezer Korona", completando as 10 línguas. Esta é a denominada "face húngara da cédula".

A denominação "Império Austro-Húngaro" veio do nome dado, em 1867, à monarquia dupla que compreendia os Impérios da Áustria (cuja capital era Viena) e o Reino dos Húngaros (cuja capital era Budapeste). O Império foi governado pelos Habsbourgs até o final da 1ª Guerra Mundial (1918). O Imperador Francisco José I (1830-1916), da Dinastia dos Habsbourgs, declarou guerra à Sérvia, em 1914, pelo assassinato do Arqueduque da Áustria, Francisco Ferdinando, em Sarajevo. Este foi o estopim da Primeira Guerra Mundial.
Em 1919, pelo Tratado de Saint-Germain-en-Lay, o Império desapareceu, dando lugar a Estados independentes.

Estes esclarecimentos são necessários para se compreender os motivos que levaram à emissão de cédulas com valores faciais e a unidade monetária descritos em nada menos que 10 línguas diferentes. Salvo engano escusável, não há emissão que tenha igualado ou ultrapassado esta marca.

No anverso da cédula de 1.000 Coroas, temos, na parte central, a águia bicéfala (Brasão dos Habsbourgs), ladeada pela designação do valor e da unidade monetária da cédula - neste caso "MIL COROAS"-, em 8 línguas diferentes. Abaixo, em caracteres maiores, a mesma representação em alemão, totalizando 9 línguas. Porém, isto não é tudo! No reverso, temos ainda o Húngaro.

Figura nº 3 - Reprodução parcial do anverso da cédula de 1.000 Coroas da Áustria, emitida em 1919 (Pick nº 59), em 8 línguas, de modo semelhante à Pick nº 8.

Vejamos a seqüência das línguas apresentadas na cédula:

01. TISÍC-KORUN (Tcheco[5])
02. TYSIAC-KORON (Polonês)
03. ТИСЯЧ-КОРОН (Ucraniano)
04. MILLE-CORONE (Italiano)
05. TISOĆ-KON (Esloveno)
06. HILJADA-KRUNA (Croata)
07. ХИЉАДА -КРУНА (Sérvio)
08. UNA-MIE-COROANE (Romeno)
09. TAUSAND KRONEN (Alemão) - parte central da cédula, reproduzida na figura n° 1.
10. EZER KORONA (Húngaro) - parte central do reverso, reproduzida na figura n° 2.

A identificação das línguas foi feita pela comparação da cédula em estudo com as demais emissões da região e com a ajuda de pessoas procedentes daquelas comunidades.

No que diz respeito à variação da estampa da cédula de 1000 coroas, temos 14 possibilidades. Vejamos[6]:

A. Emissões para o Império Austro-Húngaro[7]

01 - Pick n° 8a (fundo cinza-esverdeado) e 8b (fundo rosa) – figuras 4 e 5, emitidas em 2 de janeiro de 1902, pelo Banco Austro-Húngaro. Esta é a emissão de "origem". Mais tarde, estas cédulas foram aproveitadas pela utilização de superimpressões e carimbos.

Figuras nº 4 e 5 - Reprodução parcial do anverso e do reverso da cédula (Pick nº 8a) - Brasões das duas coroas, da Áustria (águia bicéfala dos Habsbourgs) e da Hungria.

B. Emissões para a Áustria [8]

02 - Pick n° 48 emitida, em 4 de outubro de 1920, com superimpressão em vermelho *"Ausgegeben nach dem 4.Oktober 1920"*, ainda pelo Banco Austro-Húngaro. Esta cédula é semelhante à Pick n° 8.

Figura nº 6 - Reprodução parcial do anverso da cédula (Pick nº 48), com superimpressão na diagonal.

03 - Pick n° 57 (a,b e c), emissão do Banco Austro-Húngaro, em 1919, com superimpressão. Esta cédula é semelhante à Pick n° 8. A Pick n° 57b apresenta além da superimpressão na horizontal (*Deutschösterreich*[9]), já mencionada, um carimbo adicional.

Figura nº 7 - Reprodução parcial da cédula de 1.000 Coroas (Pick nº 59), com superimpressão "Deutschösterreich", que está presente nas cédulas destinadas ao território que viria, em 1922, a constituir a República da Áustria: Pick nº 57 (a, b e c), 58, 59, 60 e 61. Dependendo do caso, ela ainda é acompanhada de superimpressões e carimbos adicionais. Pode ainda se apresentar na horizontal ou na vertical, conforme a variante.

O texto é o seguinte: *"Note Echt, Stempel Falsch"* (nota genuína, superimpressão falsa); a "c", da mesma forma, apresenta superimpressão e, novamente, um carimbo cujo texto é: *"Note Echt, Stempel Nicht Konstatierbar"* (nota genuína, superimpressão não pode ser verificada). O catálago não confirma a existência desta última variante. Um carimbo semelhante àquele da Pick n° 57b pode ser encontrado no Catálogo *World Paper Money,* aplicado à cédula de 50 coroas (Pick n° 54b). Abaixo, temos a imagem da superimpressão que acompanha as três espécies nominadas.

04 - Pick n° 58, de 1919, emissão do Banco Austro-Húngaro, com superimpressão adicional em preto ECHT *"Echt Oesterreichisch Ungarische Bank Hauptanstal Wien"*. Cédula semelhante à Pick n° 8 e 57.

Figura nº 8 - Reprodução parcial do anverso da cédula (Pick nº 58) com superimpressão "Deutschösterreich" e carimbo ECHT "Echt Oesterreichish Ungarische Bank Hauptanstal Wien".

05 - Pick n° 59, de 1919, com superimpressão *"Deutschösterreich"* na vertical em vermelho, em um dos lados. Cédula semelhante à Pick n° 8 e n° 57. Nesta cédula, o reverso está em alemão e não em húngaro. É uma cédula bastante comum, apesar de parecer um erro de impressão, eis que os dois lados são

semelhantes à figura n° 1.

06 - Pick n° 60, de 1919, com superimpressão *"Deutschösterreich"*, *na horizontal*. Anverso como a Pick n° 8 e 57. Reverso com ornamentos e dois medalhões, nos cantos superiores, com figura de mulher. O reverso em húngaro (ou mesmo em alemão[10]) foi suprimido nestas cédulas (ver Figura n° 9).

07 - Pick n° 61, de 1919, com superimpressão *"Deutschösterreich"* e, na lateral, uma superimpressão adicional *"II. Auflage", ou seja, 2ª emissão*. Cédula semelhante à Pick n° 60.

Figura nº 9 - Reprodução parcial do reverso da cédula de 1.000 Coroas (Pick nº 61). Este reverso está presente igualmente na Pick nº 60.

C. Emissões para a Hungria

08 - Pick n° 31, emissão de 1920, apresenta superimpressão na "face húngara". Esta cédula é semelhante à Pick n° 8.[11]

*Figura nº 10 - Reprodução da superimpressão utilizada nas cédulas da Hungria. O brasão aparece no centro. **Ob**. Reproduzimos uma cédula de 10 Coroas, que tem superimpressão semelhante à de 1.000 Coroas.*

D. Emissões para a Tchecoslováquia

09 - Pick n° 5, emissão de 1919, apresenta um selo, que, neste caso, é de 10 Coroas "Koruna"[12]. Esta cédula é semelhante à Pick n° 8. Algumas destas cédulas podem apresentar um carimbo de "cancelada".

Figura nº 11 - Reprodução parcial da cédula (Pick nº 5) em que temos um selo de 10 Coroas.

E. Emissões para a Iugoslávia

10 - Pick n° 10A. Emissão de 1919, texto em Croata. Possui um selo e um carimbo.

Esta cédula é semelhante à Pick n° 8.

11- Pick n° 10B. Emissão de 1919, texto em Esloveno. Possui um selo e carimbo. Esta cédula é semelhante à Pick n° 8.

Figura nº 12 - Selo e carimbo na cédula de 10 Coroas da Iugoslávia (Pick nº 6b). As cédulas Pick nº 10A e 10B da Iugoslávia apresentariam, da mesma forma, um selo (desconhecemos seu valor) e um carimbo, semelhantes a estes.

Ob. Estas cédulas podem ainda apresentar somente carimbo e uma numeração complementar, conforme informação contida no *World Paper Money.*

F. Emissões para a Romênia

12 - Pick n° 19, emissão de 1919, possui um carimbo. Esta cédula é semelhante à Pick n° 8.

13 - Pick n° 19A, emissão de 1919, tem um carimbo em húngaro. Esta cédula é semelhante à Pick n° 8. Pode apresentar um carimbo adicional em húngaro ou em iuguslavo (usual nas unidades militares).

Figura nº 13 - Reprodução do carimbo utilizado nas cédulas da Romênia, semelhante à Pick nº 19.
***Ob**. Encontramos menção a este carimbo, em romeno, como sendo da região da Burcovina.*

G. Emissões para a cidade de Fiume (atual Rijeka, na Croácia)

14 - Pick S116 (a,b e c) data de 2 janeiro de 1902, superimpressão "Citta di Fiume" (em italiano) e texto em húngaro, "Ezer Korona", no reverso. Apresenta três variantes no que tange à superimpressão. Existem cédulas com duas superimpressões diferentes.

Figura nº 14 - Reprodução de uma das superimpressões utilizadas nas cédulas de Fiume.

Grande parte das estampas do antigo Império Austro-Húngaro foi reaproveitada, sendo que a da cédula de 1.000 Coroas, apresentada a título de exemplo, foi aproveitada por todos os novos países advindos do desmantelamento do Império. No entanto, existem cédulas, de outros valores, que foram usadas por um ou por outro país, questão que será abordada posteriormente.

Bibliografia

- Atlaséco 2004. Mediaobs, France, 322 p., 2004.
- Encyclopédie Eletronic Encarta, France, 1999.
- Géographie de L´Europe, F.Schrader et Galloédec, France, 2e édition, 438 p, 1896.
- Le Petit Larousse - Grand Format 2003, Larousse, France, 1885 p., 2003.
- MRI Bankers´ Guide to Foreign Currency, USA, 43rd Edition, 256 p., 2002.

- Standard Catalog of World Paper Money. Albert Pick. Krause Publications, USA, 7th Edition, General Issues, 1280 p., 1994.
- Standard Catalog of World Paper Money. Albert Pick, 5th edition, Specialized issues, USA, 1986.

(NOTAS EXPLICATIVAS)

[1] Casa Imperial Austríaca (1438-1918).
[2] Géographie de L´Europe, F.Schrader et Galloédec, 2ª édition, 1896, p. 259-279.
[3] ob.cit. p. 266.
[4] ob. cit p. 267.
[5] Em Eslovaco, temos apenas a mudança do acento - "Tisiac Korún".
[6] Acreditamos que esta catalogação pode não ser exaustiva, apesar de conter todas as variantes da cédula de 1.000 Coroas, indicadas pelo catálogo World Paper Money.
[7] Esta emissão, bem como as seguintes até a de n° 07, foram catalogadas com as emissões da Áustria pelo *World Paper Money.*
[8] Trata-se do período de transição antes da formação da República da Áustria em 1922.
[9]Na tradução do termo teríamos "reino do austríacos alemães", ou "austro-alemães", isto talvez se deva ao fato dos austríacos (hoje a população austríaca é composta etnicamente de 99,4% de alemães) desejarem naquela época a anexação da Áustria à Alemanha - "Anschluss".
[10] Além das outras 8 línguas.
[11] Encontramos menção à existência de variantes no que diz respeito a superimpressões.
[12] No caso das cédulas da já antiga Thecoslováquia, se houve o corte de zeros, o valor da cédula passou a 10 Coroas (representado pelo selo) e sua classificação tomaria outra forma, mas não foi possível confirmar tal ocorrência. Mesmo confirmada esta hipótese, ainda estaríamos diante do aproveitamento da cédula de 1.000 Coroas, justificando sua inclusão nesta lista.

A **AFSC** convida para as suas reuniões regulares:
Quintas-feiras, a partir das 18:00 horas
Sábados, a partir das 14:00 horas

Nossa Sede permanece aberta de segunda a sexta-feira, das 14:00 às 18:00 horas

CARIMBOS JAPONESES EM CIRCULAÇÃO

Parte 1 - Calendário japonês e gregoriano

Daniela Suzuki - Florianópolis, SC

Os carimbos refletem a cultura e o estilo de vida adotado pelo povo japonês. Atualmente, existem vários carimbos japoneses em circulação, utilizados em várias situações. Os mais famosos são os carimbos vermelhos, que apresentam grande variedade de ilustrações, sendo interessantes para a filatelia temática. Contudo, as diferenças entre os calendários japonês e gregoriano e a variedade de carimbos tornam difícil a tarefa de descrevê-los corretamente.

Esta série de artigos vem com o intuito de elucidar tais questões. As três partes apresentam os seguintes tópicos:

Calendário japonês e gregoriano - soluciona as dúvidas de conversão das datas;

Carimbos datadores - apresenta os carimbos utilizados atualmente pelas agências dos correios para obliterar as correspondências nacionais e internacionais;

Carimbos vermelhos - mostra suas variações e sua vocação para a filatelia temática.

Figura 1 - Selo brasileiro retratando o atual casal imperial, o imperador Akihito e a imperatriz Mitiko. No selo da direita, observa-se a ausência da cor vermelha.

Desde primeiro de janeiro de 1873, o Japão tem utilizado o calendário gregoriano, instituído pelo Papa Gregório XIII em 1582, e hoje adotado internacionalmente. Anteriormente a 1873, o calendário em vigor no Japão era lunisolar. Neste calendário, adaptado do calendário chinês, as datas indicam as fases da lua e do sol. O ano é contado através das eras japonesas (*nengô*).

Este sistema de nomes das eras causa algumas confusões, já que ainda está em uso no Japão. Escritórios governamentais, normalmente, datam seus documentos oficiais com o nome da era e ano.

*Carimbos utilizados somente durante eventos regionais (**Kogata-in**). Carimbos de borboletas da agência de **Toshima**, para a "Exposição de selos de insetos". Figura no carimbo a data 10.6.7, que corresponde a 7 de junho de 1998. O carimbo de chegada é de obliteração manual para correspondências dentro do Japão (**Wabun-marugata-in**) com data de 10.6.9, que corresponde a 9 de junho de 1998.*

Os correios japoneses apresentam alguns carimbos com datas no calendário japonês (ano.mês.dia): *Wabun-marugata-in*, carimbo para a expedição dentro do Japão; *Wabun-kikai-in*, máquina datadora para atender empresas; *Wabun-roller-in*, obliterador para vários selos; *Nenga-in*, carimbo de Ano Novo; *Wabun-hato-in*, datador de primeiro dia de circulação de selos; *Fukei-in, Kogata-in*, *Toku-in*, *Eiri-hato-in*, carimbos comemorativos (carimbos vermelhos). Outros carimbos são apresentados com as datas no calendário gregoriano (dia.mês.ano): *Ohbun-marugata-in*, carimbo para expedição de correspondência internacional; *Waohbun-kikai-in*, máquina datadora; *Ohbun-roller-in*, para carimbar vários selos; *Ohbun-hato-in*, primeiro dia de circulação; *Kikai-hato-in*, máquina datadora de primeiro dia de circulação. Para maiores detalhes, veja as partes 2 e 3 desta série, que serão publicadas no boletim SANTA CATARINA FILATÉLICA de agosto próximo.

*Aerograma internacional obliterado com carimbo manual de expedição nacional, **Wabun-marugata-in**, com data de 33.10.15, que corresponde a 15 de outubro de 1958. Atualmente, é incomum a utilização de um carimbo nacional em uma correspondência internacional.*

Para converter um ano do calendário japonês para o gregoriano, encontre o primeiro ano do *nengô*. Depois, subtraia 1 e adicione o número de anos da era. Exemplo: o 18º ano da era Hensei - Imperador Akihito (Figura 1) -, iniciada em 1989, será:
1989-1=1988,
1988+18=**2006**.
Hoje, março de 2006, estamos no 18º ano da era Hensei.

A Tabela I (ao final desta Parte 1) apresenta os anos iniciais das eras a partir da era Meiji. Durante esta era houve uma reestruturação do Japão e os correios japoneses foram uma das principais vias de abertura do Japão para o mundo. O serviço postal japonês moderno data de 20 de abril de 1871.

Em 1877, o símbolo 〒 foi designado como emblema do ministério das comunicações, e por mais de um século é reconhecido como o símbolo dos correios.

Referências:
1. Carimbos do Japão:
www1.linkclub.or.jp/~tzdr/index.html
2. Serviço postal japonês:
www.post.japanpost.jp
3. Conversor de calendário gregoriano para japonês:
www.allcalendars.net/JapaneseYearConverter.php

Fragmento de envelope figurando 3 carimbos japoneses que ilustram as diferenças entre os calendários gregoriano e japonês. Todos os carimbos estampam a mesma data. O carimbo da esquerda é um carimbo especial, ***Fukei-in****, obliterado com a cor vermelha, e retrata aspectos locais. A cidade de Kogata é conhecida pelas extensas plantações de arroz e a grande concentração de conexões da rede de trens do Japão. Este Fukei-in apresenta a data no calendário japonês (ano.mês.dia). O carimbo do meio é um* ***Wabun-marugata-in*** *do dia 18 de outubro do décimo-segundo ano da era* ***Heisei****. O carimbo da direita é um carimbo manual de expedição internacional, o* ***Ohbun-marugata-in****, que usa o calendário gregoriano (dia.mês.ano) de 18 de outubro de 2000.*

Tabela I - Eras, Períodos e Imperadores do Japão (de 1868 até hoje)

Era	Período	Imperador
MEIJI	23/10/**1868** - 30/07/1912	Mutsuhito (1852-1912)
TAISHO	30/07/**1912** - 25/12/1926	Yoshihito (1879-1926)
SHOWA	25/12/**1926** - 07/01/1989	Hirohito (1901-1989)
HEISEI	07/01/**1989** - Atual	Akihito (1933)

Você sabia...

Os selos de cifras, lançados em 1972 para o padrão ordinário, por terem os numerais em destaque, lembrando os primeiros selos brasileiros, foram denominados popularmente de *OLHOS DE BODE*. Tal emissão perdurou até 1975.

Projetar e executar

Uma proposta para aprender

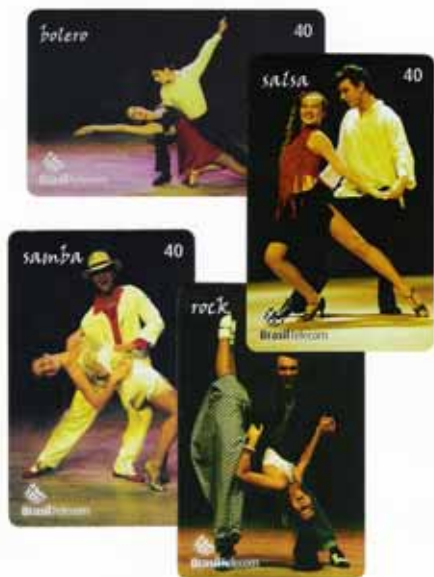
Janice da Silva Gonçalves - Florianópolis, SC

Aprender é viver intensamente o conhecimento de algo mediante estudos, observações e experiências, que se transformam a cada momento, gerando o anseio de sair do plano das idéias, criando movimento e estimulando o desejo de projetar para executar.

Este movimento se dá quando o aluno está "aprendendo a aprender".

Desta forma, cursos formais bem planejados transcendem um fim em si mesmo e passam a ser espaços de aprendizagem completa. Eles podem ser um meio para ampliar a formação dos alunos e sua interação com a realidade, de forma crítica e dinâmica.

Foi com esta filosofia de trabalho que os alunos dos cursos de Fotografia, Cabeleireiro, Maquiagem e Moda da Faculdade de Tecnologia SENAC, de Florianópolis, realizaram o projeto "Ritmo a Dois", visando a criação de cartões telefônicos para a Brasil Telecom, em parceria com o Centro Cultural Kirinus. Os objetivos estabelecidos foram o de adquirir experiência e vivência de mercado de trabalho como proposta para aprender, bem como divulgar, por meio das imagens estampadas nos cartões telefônicos, a arte de dançar a dois, explorando toda a beleza, delicadeza e força sublimes que envolvem este meio de expressão corporal e, também, o quanto a dança a dois pode ser uma atividade física extremamente prazerosa, até mesmo uma atividade terapêutica, podendo ser altamente relaxante ou estimulante e, dependendo do propósito, um meio de socialização, proporcionando integração e, muitas vezes, reinserção do indivíduo em seu meio.

Para feitura desta série de cartões foram necessárias muitas reuniões com os grupos envolvidos. Estabeleceram-se

metas, prazos e tarefas. Esta etapa de preparação levou três meses.
A execução tomou um dia inteiro no TAC (Teatro Álvaro de Carvalho), no centro de Florianópolis. Os alunos de fotografia, orientados pelo professor André Sielski, definiam as luzes e composição das cenas; a aluna Morango, do curso Técnico em Estilismo e Coordenação de Moda, passava e definia os figurinos já selecionados e estudados; as alunas do curso de Cabeleireiro, juntamente com a professora Maria de Jesus Pinheiro, estudavam, planejavam e executavam os penteados de acordo com os figurinos enquanto os alunos do curso de maquiagem, sob a orientação da professora Luciana Dalmas, estudavam as cores e composições a serem aplicadas nos dançarinos do Centro Cultural Kirinus.

E tudo aconteceu. As imagens foram registradas. Aproximadamente 400 fotogramas foram gerados por oito alunos do curso de fotografia, que trabalharam em grupos de dois.
A Color CLIK, também nesta empreitada, digitalizou o trabalho. As fotos foram analisadas por uma comissão formada por professores, alunos e dançarinos.

Após uma criteriosa avaliação, foram escolhidas as imagens que resultaram na série de 8 cartões telefônicos lançada pela Brasil Telecom, mostrando momentos do forró, bolero, zouk, tango, valsa, salsa, samba e rock. Cada cartão apresenta, no verso, uma breve descrição da dança retratada. Os textos foram criados pelo renomado coreógrafo Jaime Arôxa.
A série completa teve uma tiragem de aproximadamente 1 milhão de cartões, com distribuição em todo o Brasil.

* Janice da Silva Gonçalves é coordenadora de Comunicação, Arte e Design do SENAC Florianópolis.

O Bloco de sete selos do inclinado 600 réis

Luis Claudio Fritzen - Florianópolis, SC

Estávamos atrás de documentos selados, pelo seu uso fiscal, quando encontramos uma peça curiosa. Apesar de denominada de "memorandum", era um recibo oriundo de Sanchez e Comp., sucessores da Casa Philatelica "J. Dolz". O documento, datado de 5 de agosto de 1921, é relativo a "*um block de sete sellos de seiscentos réis inclinados*", sendo firmado por Belisário Pedro de Carvalho.

Logo nos chamou a atenção o conteúdo daquela negociação, eis que freqüentamos exposições filatélicas e acompanhamos leilões há muitos anos, e não nos lembrávamos de um bloco de sete selos do 600 Réis Inclinado. Poderíamos estar diante de uma peça há muito desaparecida.

A referência bibliográfica obrigatória é a magistral obra de Walter Gonçalves Taveira - BRASIL 1844-1846: "INCLINADOS" -, publicada em 2001 e, de fato, lá encontramos referência a essa peça.

Num trabalho de garimpagem, foi reproduzida por Walter Taveira parte de uma entrevista de Heitor Sanchez a Hugo

MEMORANDUM

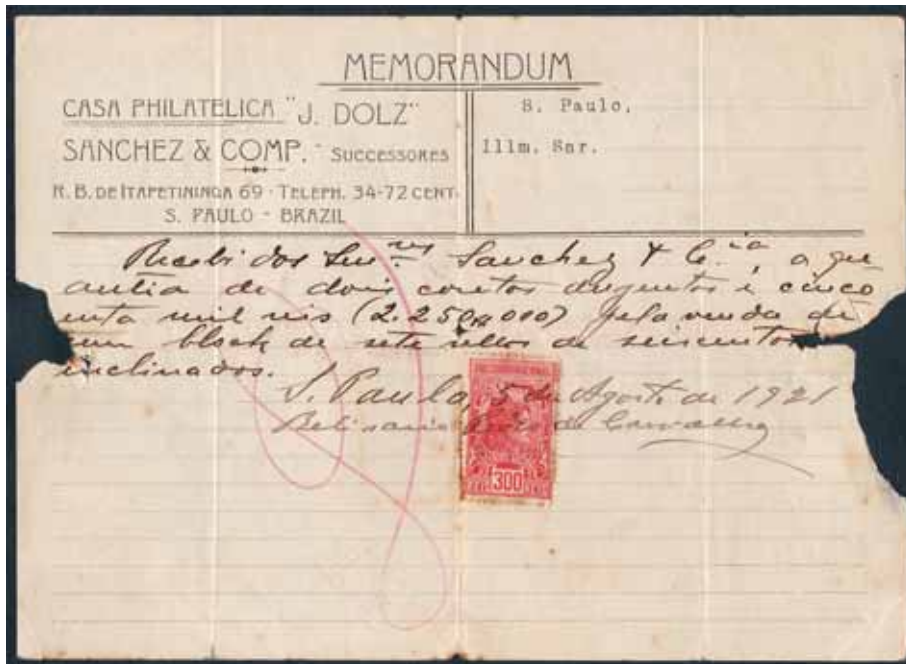
CASA PHILATELICA "J. DOLZ"
SANCHEZ & COMP. - SUCCESSORES
R. B. DE ITAPETININGA 69 · TELEPH. 34-72 CENT.
S. PAULO - BRAZIL

S. Paulo,

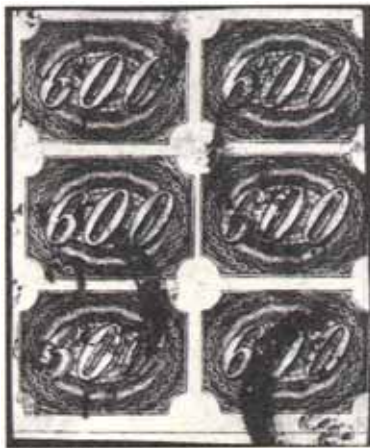
Illm. Snr.

Recebi dos Srs. Sanchez & Cia, a quantia de dois contos duzentos e cincoenta mil reis (2.250$000) pela venda de um block de sete sellos de seiscentos inclinados.

S. Paulo, 5 de Agosto de 1921

Belisario Pedro de Carvalho

Fraccaroli, no Boletim Brasil Filatélico nº 145/146, de janeiro a junho de 1965. Heitor Sanchez conta que adquiriu um bloco de sete selos usados, do 600 Réis inclinado, "por volta de 1921". Ora, nós encontramos a prova concreta de que aquela transação existiu.

A peça era formada por duas tiras verticais, a primeira com 4, e a segunda, com 3 selos. Mas um dos selos, aquele que permanecia isolado, estava com leve defeito. Foi remetido para a Inglaterra, onde foi reparado e, no retorno ao Brasil, serviu para ilustrar a capa do leilão realizado em homenagem ao Centenário da Independência, em 1922.

Neste leilão, o bloco foi adquirido por Guilherme Guinle que, infelizmente, resolveu eliminar o exemplar restaurado.

A peça mutilada, então com apenas seis selos, foi mais tarde vendida a Santiago Rachitoff que, por sua vez, a vendeu nos Estados Unidos.

Em 1943, na BRAPEX II, o bloco foi destaque na coleção de Djalma Fonseca Hermes, que ganhou o Grande Prêmio da Exposição. Mais tarde, pertenceu a Ferdinand d'Almeida, Reynaldo Pracchia e Ângelo Lima.

Segundo Paulo Comelli, em artigo publicado no "London Philatelist", em junho de 2003, já em 1997 o bloco teria sido vendido, "em nome da família Ferreira", a Roberto Seabra Benevides, colecionador do Rio de Janeiro, que o entregou, em 2001, a Antonio Torres, comerciante e leiloeiro, radicado em Londres, para venda. Acreditamos que, atualmente, o bloco esteja fora do Brasil.

Você sabia...

Instituída em 1994, com o Plano Real, a cédula de R$1,00 deixou de ser fabricada por decisão do Banco Central do Brasil, desde janeiro de 2006. Agora, R$1,00 somente em moeda. Também a moeda de R$0,01 não está mais em fabricação, há alguns meses.

Borboletas
na Filatelia Brasileira

Julio Doin Vieira - Florianópolis, SC

Tem este artigo a finalidade de, relacionando os selos com estampas de borboletas, impressos pelos correios brasileiros, revelar um pouco mais sobre a vida destes insetos.
Sabemos que, na filatelia mundial, existem cerca de 1.500 selos que têm como tema as borboletas. A filatelia de Cuba tem um número expressivo de selos sobre o assunto, como também a da Malásia e de outros países.
No nosso Brasil, país pertencente à América tropical, rico em espécies de borboletas em sua fauna, a filatelia somente conta com a emissão de 10 selos sobre este tema. Assim, vejamos:

Ano de emissão: 1971

MORPHO MELACHEILLUS

Este selo, no valor facial de 20 centavos de Cruzeiro, retrata uma borboleta da família Morphidae. Ela é grande, de cores brilhantes, predominando o azul. Os machos aparecem pela manhã e as fêmeas, à tarde. Alimentam-se de suco de frutos maduros, caídos ao chão.

PAPILLIO THOAS BRASILIENSIS

Este selo, no valor de um Cruzeiro, traz uma grande borboleta que é encontrada facilmente e logo reconhecida; ela voa durante o ano todo em parques e jardins e, mesmo pousada, agita sempre suas asas. As asas posteriores são prolongadas, em forma de cauda. Ela pertence à família Papilionidae.

Ano de emissão: 1979

Estes quatro selos – série Brasiliana 1979 – foram impressos na Casa da Moeda do Brasil por ocasião da III Exposição Mundial de Filatelia Temática e da I Exposição Interamericana de Filatelia Clássica, no mês de setembro. Esta série também comemora o Dia do Selo Postal.

EVENUS REGALIS

A borboleta retratada neste selo, de 10 Cruzeiros e 50 centavos, faz parte da família Papilionidae e está espalhada pela América tropical, habitando florestas e cidades, durante todo o ano. Os machos sobrevoam o topo das colinas durante a maior parte do dia.

CALIGO EURILOCHUS

Este selo, no valor facial de 12 Cruzeiros, reproduz uma borboleta da classe das Brassolidae. Ela é encontrada em toda a América tropical. Voa pausadamente, sempre perto do solo, ao amanhecer e ao anoitecer. Durante o dia, fica pousada próxima à base de uma árvore. Põe ovos em folhas de diferentes tipos de bananeiras, desde as selvagens àquelas que são cultivadas. É uma borboleta grande, sua envergadura passa de 15 centímetros. Porém, seu vôo é baixo, pois procura frutos ácidos ou líquidos que escorram das árvores.

CITHAERIAS AURORA

O selo de 2 Cruzeiros e 50 centavos mostra uma borboleta ainda pouco conhecida dos biólogos. Ela é uma borboleta transparente e encontrada, sobretudo, em florestas densas e escuras, em regiões de terra firme, por exemplo, no alto Amazonas. Esta borboleta costuma voar rente ao solo, evitando assim o sol.

DIAETHRIAS CLYMENA JANEIRA

No valor de 12 Cruzeiros e 50 centavos, este selo mostra uma borboleta

pertencente à família das Nymphalidae. Esta borboleta é facilmente reconhecida, pois traz “impresso” o número “88” em suas asas inferiores. Ela gosta das clareiras ensolaradas das florestas e, em dias quentes, vai bebericar água às margens dos rios.

Ano de emissão: 1986

PYRRHORYGE RUFICAUDA

Este selo, de 50 centavos de Cruzado, exibe a imagem de uma borboleta ameaçada de extinção pela destruição de seu habitat natural, pelo desmatamento, fogo e desequilíbrios causados pelo homem, na natureza. A borboleta desta espécie é encontrada apenas nos estados do Paraná e Santa Catarina, principalmente em Joinville. Ela é um inseto diurno, vivendo em florestas densas e úmidas, apresentando apenas uma geração por ano. Não há estudos de aspecto populacional sobre ela; os insetos adultos, provavelmente, são nectívoros.

PREPONA EUGENES DILUTA

Este selo, com valor facial de 50 centavos de Cruzado, traz estampada uma borboleta LEPDOPTERA, da família das Nymphalidae. Sabemos, apenas, que ela habita o sudoeste dos estados de São Paulo e Paraná.

PIERRIBALLIA MANDELA MOLIONE

Este selo de 50 centavos de Cruzado também traz estampada uma borboleta LEPDOPTERA, da família das Nymphalidae. Sabemos, somente, que tal inseto habita o sudoeste dos estados de São Paulo e Paraná.

Ano de emissão: 1987

FULGORA SERVILLEI SPINOLEA

Este selo, no valor facial de 3 Cruzados, emitido em comemoração aos 50 anos de atividade da Sociedade Brasileira de Entomologia, apresenta uma borboleta que, hoje, é conhecida pelo nome de FULGORA LATERNARIA. Ela é encontrada do México à Argentina. Fulgora era a deusa romana que protegia as residências contra relâmpagos e tempestades. No Brasil, de um modo geral, este inseto tem muitos nomes, como jequitiranabóia, de origem tupi. É, em verdade, uma borboleta grande, alcançando 9,5 centímetros de comprimento, e de formas bizarras, com suas cores brilhantes. Pouco sabemos de sua rotina, mas ela habita as florestas tropicais; nutre-se, exclusivamente, de vegetais e elimina uma espécie de cera. Esta borboleta é assim chamada porque, durante muito tempo, ela era confundida com os pirilampos.

AGRADECIMENTO

Agradecemos ao professor Benedito Cortês Lopes, biólogo da Universidade Federal de Santa Catarina, por sua colaboração no preparo deste artigo.

HOMENAGEM

Vale lembrar, aqui, a pessoa do Dr. Fritz Plaumann, um entomologista que foi considerado o maior estudioso do assunto da América tropical, no século XX. Dr. Fritz nasceu na Alemanha, em 1902. Em 1924, veio para o Brasil, mais precisamente para Nova Teutônia, município de Seara, Santa Catarina, onde residiu até morrer, em 22 de setembro de 1994. Seu trabalho é reconhecido e divulgado em muitos países.

Dr. Fritz Plaumann deixou um importante museu, onde estão catalogadas todas as espécies de insetos por ele estudadas.

A este alemão, a nossa consideração e estima por seu tão precioso trabalho.

BIBLIOGRAFIA

Donald J. Borror e Dwight M. Delong – Estudos dos insetos, Ed. Edgar Blicher Ltda, UESP, 1964.

Otero Luiz Soledade – Borboletas: Livro dos naturalistas, MEC, RJ, 1986.

Vans-Brigh, R. J. e Archery, F. R. – The Biology of Butterflies, 1984.

Eraldo M. Costa Neto – Fatos reais e lendários sobre a jequitiranabóia, Ciência Hoje, jan/fev 2004, pags 66-68.

Você sabia...

No ano de 2004, a Índia era o país com o maior número de agências de correio no mundo, com 153.021, seguida da China, com 129.455 e dos EUA, com 44.619.

CORREIOS
Exemplo de publicidade

AFSC

A palavra “publicidade” é originária do latim publicus, público, em oposição a privatus, de privus, individual. Sabemos que o primeiro registro deste termo, com o sentido de informar ao público, revelar, anunciar, foi feito pelo Frei Luís de Souza (1566-1632) na obra “Vida do Arcebispo de Braga, Dom Frei Bartolomeu dos Mártires”, em 1619.

Hoje, a palavra publicidade mudou de sentido, migrando da imprensa, onde significava tornar público um acontecimento ou uma idéia, para o terreno da propaganda. É dessa propaganda que agora falamos.

Louvável a iniciativa da ECT - Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, de fazer publicidade do selo postal, um produto que existe há mais de 160 anos e que está presente na memória de todos nós.

Apolítica e imparcial no momento de escolher os temas dos quais tratarão os selos, a Empresa dos Correios vem se mostrando, no entanto, uma forte aliada no processo sócio-educacional do país.

Assim, os CORREIOS nos mostram não só o que temos de bonito - aquilo que deu certo - mas também o que precisamos mudar - aquelas coisas que sabemos serem feias e comprometedoras.

Há anos a Empresa aborda a questão racial de maneira sutil e respeitosa, certamente, com a intenção de despertar, em seus consumidores, a idéia de que somos todos iguais.

O lançamento de um carimbo comemorativo, registrando o Dia Nacional da Consciência Negra - 20 de novembro - aconteceu em Brasília, em primeiro de dezembro último. A marca celebra também o ano de 2005 como o Ano Nacional de Promoção da Igualdade Racial.

O assunto é de tal importância que mereceu a divulgação de uma matéria específica - reproduzida na página a seguir - em revistas de circulação nacional.

Carimbo comemorativo registra o Dia Nacional da Consciência Negra

A marca celebra também o Ano Nacional da Promoção da Igualdade Racial no Brasil, luta essencial retratada em centenas dos nossos selos.

Tem que ser selado, registrado e carimbado, cantou Raul Seixas em *O Carimbador Maluco*, de 1983. Podemos dizer que o Dia Nacional da Consciência Negra (20 de novembro) já foi selado e registrado. Só faltava mesmo o carimbo comemorativo, que será lançado neste mês como parte das celebrações pela data e para marcar 2005 como o Ano Nacional da Promoção da Igualdade Racial.

Não se trata de iniciativa inédita nos Correios. Centenas de selos retrataram a trajetória dos negros no País. Documentam desde a chegada à nova terra até como construíram o patrimônio brasileiro. Diversos deles estampam elementos da cultura brasileira oriundos das tradições africanas, como o candomblé e a capoeira. Outros lembram de personagens importantes das batalhas pelos direitos iguais, como Zumbi, a princesa Isabel e José do Patrocínio. Não há como deixar de fora artistas negros que, com profunda sensibilidade, brilharam em diferentes campos artísticos, como o ator Grande Otelo, o escultor Aleijadinho, o músico Pixinguinha e o escritor Machado de Assis.

É dessa forma que os Correios reconhecem o papel fundamental dos negros na sociedade e homenageiam episódios marcantes que contribuíram para a construção da cultura brasileira.

LANÇADO EM 1996 PARA COMEMORAR OS 150 ANOS DE NASCIMENTO DA PRINCESA ISABEL, O SELO TRAZ, AO FUNDO, IMAGEM DO MAIS IMPORTANTE DOCUMENTO POR ELA ASSINADO, A LEI ÁUREA, DE 1888.

CRIADO EM HOMENAGEM AOS ABOLICIONISTAS PIONEIROS DO AMAZONAS, O SELO DE 1984 TRAZ IMAGEM SIGNIFICATIVA DA CONQUISTA DA LIBERDADE: O ROMPIMENTO DAS CORRENTES.

SELO COMEMORATIVO DO DIA DA CONSCIÊNCIA NEGRA (2001). O MARTELO REPRESENTA A JUSTIÇA; O LIVRO, O DIREITO À EDUCAÇÃO; E A POMBA, A LIBERDADE.

SELO COMEMORATIVO DOS 300 ANOS DA MORTE DE ZUMBI, LÍDER DO QUILOMBO DOS PALMARES. A DATA, 20 DE NOVEMBRO, MARCA O DIA NACIONAL DA CONSCIÊNCIA NEGRA.

EM 1997, O MÚSICO E COMPOSITOR ALFREDO VIANNA FILHO, O PIXINGUINHA, COMPLETARIA 100 ANOS. EM HOMENAGEM A SEU CENTENÁRIO, FOI LANÇADO ESTE SELO COMEMORATIVO.

A ESTAMPA DE 2002 EVOCA AS CONQUISTAS DE ADHEMAR FERREIRA DA SILVA, UM DE NOSSOS MAIORES ESPORTISTAS, BICAMPEÃO DE SALTO TRIPLO NAS OLIMPÍADAS DE HELSINQUE (1952) E MELBOURNE (1956).

Colecionando embalagens de cigarros

Ricardo Locatelli - São Paulo, SP

Muita gente tem dúvidas sobre as embalagens de cigarros e a hora de esclarecer surgiu! Vamos tentar "clarear" o que são as embalagens pela terminologia que usamos corriqueiramente:

VENDA REGULAR – Diz-se das embalagens que vão normalmente à venda. Como o FREE ULTRA LIGHT. Em geral, as tiragens são enormes, mas há casos recentes de apenas uma embalagem ser conhecida.

COMEMORATIVA - Mesmo que as embalagens não "comemorem" nada, consideramos assim, também, as "séries" especiais. Por exemplo, os FREE JAZZ. Estas embalagens são interessantes porque suas tiragens são sempre limitadas, seja pela quantidade que foi impressa, seja pela brevidade da promoção (como a série dos Marlboro).

AMOSTRA GRÁTIS - Consideramos como tal as embalagens feitas especialmente para promover lançamento de marcas, versões (light, suave, etc.), mudanças nos sabores. Também se enquadram neste item as embalagens para "reforço" e apresentação aos consumidores, bem como aquelas para distribuição aos passageiros de companhias aéreas, clientes de lojas, postos de gasolina e outros (Hasting - Sears - Varig, etc.).

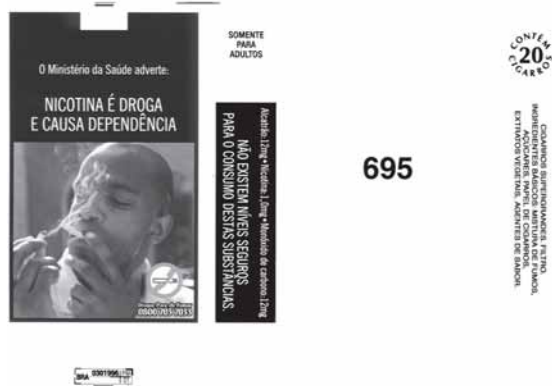
PESQUISA DE MERCADO - São as embalagens "brancas", com letras ou números e sem nome. Elas são usadas pelos fabricantes Souza Cruz – SC e Philip Morrys – PM, tão somente para testar o sabor de um novo lançamento ou alteração de sabor. Não há "nome", para que um concorrente nunca descubra o que um outro esteja fazendo, ou para que um concorrente não lance um nome semelhante, aproveitando o marketing já existente. São embalagens interessantes, principalmente as usadas. As variações de embalagem – forma, alguma escrita, identificação de série (quando da SC) –,

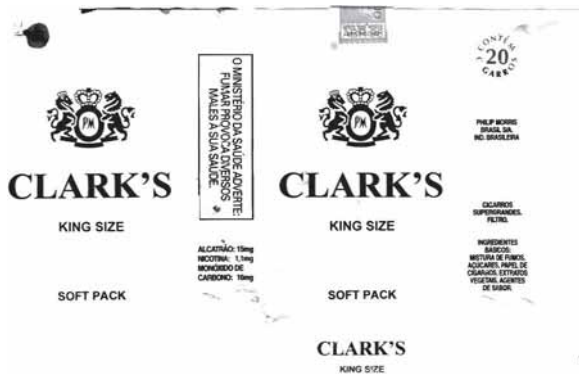
Exemplo de AMOSTRA GRÁTIS
Embalagem "VARIG"

tudo é válido. Porém, quando a diferença entre as embalagens se resume aos números, as sem uso nada representam para uma coleção, pois nada significam de novo. Podemos guardá-las apenas como curiosidade.

TESTE DE SABOR - A mesma coisa que a “pesquisa de mercado”.

PROTEÇÃO BRANCA - As marcas de “proteção” existem para reservar um “nome de marca” para um certo fabricante. A lei exige que se comercialize, durante um ano (pelo menos era assim), uma determinada quantidade de embalagens para que o fabricante tenha como “seu”, o nome. Se ele não fizer isto, a “marca” fica aberta para uso de qualquer outro fabricante. Não há, portanto, como “preservar o direito de uso” de uma marca sem fazer uso dela. Isto é a “proteção”. “Branca” se diz das embalagens que não têm desenho algum, só um nome. A PM e a SC usam muito do expediente. Estas embalagens, usadas ou não, são bastante boas, sendo que as sem uso têm menor valorização.

PROTEÇÃO COM DESENHO – Os princípios da proteção com desenho são os mesmos da proteção branca, só que, neste caso, as embalagens são trabalhadas, bem produzidas, como no exterior. São exemplos o KIM e o KENT. Estas embalagens são muito bonitas, sendo que as usadas são pouco mais valorizadas que as sem uso. As embalagens de “proteção com desenho” existem desde a década de 1950. As primeiras dessa época, da SC, estão “aparecendo” somente agora. Alguns felizes colecionadores têm tais embalagens, ainda do tempo do “preço impresso em Cruzeiros”, da Caruso.

Exemplo de TESTE DE SABOR
Embalagem “695”

PARA FUNCIONÁRIOS - Até pouco tempo, os fabricantes usavam “agraciar” seus funcionários com marcas especialmente produzidas para eles, que ganhavam alguns maços por semana. Nos últimos tempos, as marcas tinham o nome do fabricante, fora o Dunas que, trocando as letras, também era Sudan! Sabem como isso começou? Simples. Nas fábricas, os funcionários “desviavam” maços da produção normal, para consumo próprio. Sendo os cigarros altamente taxados, os fabricantes tiveram a inusitada idéia de fazer cigarros “especialmente” para os funcionários, com a devida redução de impostos! Agora esta prática está proibida por lei. Segundo tal lei, os funcionários

Exemplo de MARCA DE PROTEÇÃO
Embalagem "CLARK'S"

eram "induzidos" a fumar (na verdade, o objetivo é cobrar mais impostos mesmo). Mas não faz mal, como as amostras grátis, as embalagens de "funcionários" devem continuar existindo. São todas bem cotadas, sobretudo quando usadas e, as sem uso, quando novas e recentes.

PROTÓTIPO - Também chamadas erroneamente de "piloto" e "teste de embalagem", os protótipos só são uma "curiosidade", nunca uma "raridade". A coleção das embalagens com os 6 avisos, por exemplo, conta com cerca de 1.000 embalagens que foram usadas. Para se fazer estas 1.000 marcas foram usados pelo menos 5.000 protótipos e sempre uma ou, no máximo, duas embalagens de cada protótipo, SEMPRE SEM USO, MAS MONTADAS. Vejam: o fabricante recebe da gráfica ou do departamento de marketing ou de onde for, uma "amostra" do que deve ser a embalagem, aliás, várias amostras diferentes. Depois, põe uma amostra ao lado da outra e "escolhe" aquela que acha mais adequada a seus interesses, fazendo as alterações que julgar necessárias e as exigidas por lei, adequando a embalagem ao "produto" que deseja colocar à venda. Isto é o "protótipo", uma "curiosidade", mas nada com o que se deva gastar muito. Vejam o caso da marca "27 prefeito": A embalagem foi vendida a quem a encomendou e distribuída aos eleitores por ocasião das eleições no ano 2000. Para a escolha da embalagem a ser produzida, foram feitos alguns protótipos diferentes e só um foi aprovado. Para se fazer os protótipos só se imprime uma ou duas embalagens, nunca uma grande quantidade! Seria desperdício e prejuízo certo! Não faz sentido alguém ter muitos "protótipos". Imprimir mais de dois protótipos é ridículo, visto que só depois da aprovação é que são impressos em larga escala! No caso desta marca, para uma impressão de 20.000 maços, seria uma atitude infeliz e muito cara ante o pequeno pedido. Analisem o fato e pensem muito bem. Só se tem notícia até hoje de 2 Rubinhos verdadeiros, usados. Podem existir os protótipos, claro, mas em quantidade como descrito acima! E os verdadeiros SÃO USADOS pois, para 20.000 maços seria outro erro imprimir mais do que o pedido exigiu. É ou não é?

Os protótipos mais antigos que se conhecem são da época da série G da SC, nos anos 70. Alguns exemplares são muito interessantes. Longe de serem "marcas de

cigarro”, os protótipos são apenas “curiosidades”. Nunca seriam embalados e produzidos. São testes.

TESTE DE MERCADO – Bem diferente das “pesquisas de mercado”, os testes de mercado são (ou eram) feitos para sentir a reação dos consumidores em mercados pilotos. Eles avaliam se a embalagem e o sabor vão “agradar” ao público alvo. Exemplos recentes são o LORD 100mm (testado em Campinas e Jundiaí), MIRAGE, PREMIER, LM. Estas embalagens são bem interessantes e importantes.

Exemplo de PROTÓTIPO
Embalagem “PEKIN Nº 1”

ERRO DE IMPRESSÃO – Embalagens defeituosas - estas só têm validade como “curiosidade”, quando não percebidas pelos fabricantes e chegam a ser vendidas. Há dois tipos de erros: as com aviso errado, por exemplo, hoje, encontramos marcas com aviso do tipo “6 avisos” (Rodeio) já com PPM (produto para maiores) e TIM (com os teores impressos de monóxido de carbono, nicotina e alcatrão), sendo que eram para ter os 5 avisos correntes - ou “palavras” erradas. Neste caso, as embalagens valem para a coleção, principalmente se “usadas”.

Outro caso são as impressões invertidas, faltando cores, com defeitos na embalagem, etc., ou “produto” defeituoso ou “impressão defeituosa”. Só têm algum valor quando são usadas, pois, se a fábrica “captou o erro” e evitou sua venda (como o caso do OSCAR 581 da lista de 6 avisos, a ser excluído), nada valem. Se for sem uso, não é marca, é só papel pintado.

Finalmente, lembramos que alguns termos usados no dia a dia não fazem parte da terminologia adotada pelos colecionadores. Por exemplo, “TESTE DE GRÁFICA” é uma expressão inválida. Só “protótipos” existem. As gráficas não perdem tempo fazendo o que não lhes é pedido e, no caso dos “protótipos”, são feitos em mínima quantidade.

* Ricardo Locatelli é presidente da ACECA - Associação dos Colecionadores de Embalagens de Cigarros.

Versões deste artigo foram publicadas originalmente no Boletim da ACECA e na internet.

Agradecemos a Otaviano Vieira, que cedeu as imagens de algumas das peças de sua coleção, para ilustrar este artigo.

A EXPOSIÇÃO QUE NÃO EXISTIU

Luis Claudio Fritzen, Presidente da AFSC

A AFSC recebeu convite para participar do lançamento de carimbo comemorativo em homenagem à EXPOSIÇÃO DE SELOS BRASIL, que seria efetuado em Florianópolis, no dia 29 de março de 2005. Estranhamos o fato, eis que um evento filatélico é sempre precedido de ampla divulgação e, sobretudo, os coleciona-dores costumam ser convidados a participar como expositores.

Inexistiu qualquer notícia pretérita e, muito menos, catálogo com as regras de participação, inclusive para se verificar o patrocínio do evento. Mesmo privados da participação como expositores, lá comparecemos para prestigiar a filatelia.

Naquela mesma época, os painéis mantidos pela ECT junto à Diretoria Filatélica de Santa Catarina, já haviam sido deslocados para a cidade de Joinville, onde seria montada uma mostra comemorativa aos 60 anos da Associação Filatélica de Joinville, conjuntamente com 138° Encontro Catarinense de Filatelistas e Numismatas.

Fomos desta forma, naquela data, uma terça-feira, até o Centro Executivo Estadual, localizado às margens da Rodovia SC 401, bairro Saco Grande, em Florianópolis.

Confessamos que não nos surpreendemos com a ausência de qualquer exposição ou mostra, ou de pelo menos um painel expositor com selos. Simplesmente se homenageava o Dia Estadual da Micro e Pequena Empresa. Restaram todos silentes sobre o evento filatélico paralelo, que deveria estar ocorrendo. No dia, os únicos selos expostos, eram aqueles da mostra permanente que a ECT organiza na Agência Filatélica de Florianópolis, com as coleções do Museu Postal. Certamente não poderiam ser confundidos com uma Exposição de Selos Brasil.

Lamentável é que tal exposição tenha sido destacada em carimbo comemorativo, o que poderá perpetuar um evento fictício a futuras gerações, em verdadeira propaganda enganosa.

Você sabia...

O selo comemorativo do Brasil, lançado em 1957 para os Jogos Infantis, desenhado por Cândido Portinari e representando um atleta em barras paralelas, logo passou a ser conhecido como *MACAQUINHO*.

ÍNDICE DE ANUNCIANTES (ordem alfabética)

Associação Filatélica e Numismática de Santa Catarina
Fundada em 6 de Agosto de 1938
Fone/Fax (48) 3222-2748 – Caixa Postal 229
CEP 88010-970 – Florianópolis – SC

A AFSC vem desenvolvendo um importante trabalho de divulgação do colecionismo em geral.

Editamos anualmente o Boletim Santa Catarina Filatélica, realizamos Vendas Sob Ofertas a cada dois meses. Anualmente, no mês de agosto, realizamos o tradicional Encontro de Colecionadores.

Outras atividades por nós desenvolvidas são a edição do jornal "SETE", a realização de exposições, mostras e palestras para novos colecionadores.

Todas as nossas publicações, programações e convites são enviados aos sócios, Clubes e Associações congêneres. Dispomos também de vasta Biblioteca que está à disposição dos associados em nossa sede social.

Para dar suporte aos dispêndios decorrentes das atividades referidas, dependemos principalmente da arrecadação das anuidades pagas pelos nossos associados, que podem ser das seguintes categorias:

Efetivos - residentes na Grande Florianópolis com idade a partir de 18 anos ....R$50,00

Juvenis - residentes na Grande Florianópolis com idade inferior a 18 anos .....R$10,00

Correspondentes no Brasil - residentes fora da grande Florianópolis ....R$20,00

Correspondentes no Exterior - residentes em outros países ....US$ 35,00

Ao pagar a anuidade, você terá direito a um anúncio de texto, gratuito, em nosso site.

Caso seja do seu interesse associar-se, remeta-nos a ficha da página seguinte, devidamente preenchida, acompanhada de cheque nominal à AFSC, ou cópia do recibo de depósito na conta 043.944-7, agência 055-8, banco 027 - Banco do Estado de Santa Catarina - BESC.

Se você já é associado, regularize sua situação pagando a anuidade em dia. Mantenha seus dados atualizados. Só assim poderemos atendê-lo bem.

A Diretoria

Associação Filatélica e Numismática de Santa Catarina

Fundada em 6 de Agosto de 1938

Fone/Fax (48) 3222-2748 – Caixa Postal 229

CEP 88010-970 – Florianópolis – SC

INSCRIÇÃO / ATUALIZAÇÃO DE ASSOCIADO

Nome: ____

Endereço: ______________________________ Cx. Postal: __________

CEP: ____________ Cidade: ________________________ Estado: _________

Telefone: _______________ Profissão: ______________________________

Sexo: _____________ Data de nascimento: ____________________________

E-mail: ____

COLECÕES / TEMAS DE SEU INTERESSE:

____

____

____

____

____

Anuidade para Sócio:

☐ Efetivo ☐ Junior ☐ Corresp. Brasil ☐ Corresp. Exterior

Data: _______________ Assinatura: ___________________________________